

## **BAB II**

### **TINJUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Politik**

Sebelum membicarakan lebih jauh terkait hubungan media sosial dan komunikasi politik. Penulis terlebih dahulu membahas mengenai konsep media sosial sebagai media komunikasi politik. Media sosial merupakan generasi ketiga dalam komunikasi politik yang memungkinkan siapa pun menjadi produsen sekaligus konsumen informasi. Menurut Blumler dan Kavanagh dalam bukunya yang berjudul *Old and New Media: Blogs in The Third Age of Political Communication* (1999) menyadari suatu kemunculan “third age of political communication” dimana media cetak dan penyiaran akan kehilangan tempatnya sebagai saluran utama komunikasi politik pada era baru melimpahnya informasi.

Blumber dan Kavanagh menulis bahwa “ide, informasi dan berita politik dapat disebarkan melalui komputer” , mereka berpikir mengenai “internet web” atau yang lebih kita kenal yaitu media sosial. Hal menarik dalam komunikasi politik di Indonesia adalah fenomena penggunaan media baru(new media), yakni internet sebagai media atau saluran komunikasi yang semakin intensif digunakan. Para aktor politik, baik politisi, figur politik, birokrat, aktivis kelompok, maupun jurnalis media massa, saat ini semakin adaptif dengan penggunaan internet, baik sifatnya statis maupun dinamis. (Blumler dan Kavanagh, 2001:204)

Melalui media sosial kita dapat berbagi informasi, sosialisasi gagasan, ajakan tuntutan, hingga protes dan usulan alternatif kebijakan dapat

dipublikasikan dan dipertukarkan dengan waktu yang relatif lebih cepat dibanding melalui media cetak atau media penyiaran (broadcasting). Hubungan sesama pengguna media sosial dalam sistem politik dapat berjalan tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Kita bisa melihat misalnya, fenomena marketing politik di Indonesia, baik untuk pemilu legislatif, pemilu presiden, maupun pemilihan kepala daerah, ternyata media sosial dapat menjadi bagian utuh dari saluran penting bauran promosi (promotion mix). Kampanye politik tidak lagi memanfaatkan above line media seperti brosur, pamflet, spanduk, dan lain sebagainya.

Dalam mensosialisasikan kebijakan-kebijakan publik dan menciptakan dukungan, lembaga pemerintah, DPR, maupun institusi yudikatif telah banyak memanfaatkan media sosial. Begitu juga individu maupun kelompok masyarakat yang menyampaikan aspirasi, partisipasi, dukungan politik, kini bisa leluasa menggunakan media sosial sebagai saluran. Adapun beberapa media sosial di Indonesia yang populer digunakan yaitu, *Youtube, Whatsapp, Google+, Line, BBM, Twitter, Facebook, Instagram*, dan lain sebagainya (sumber: <https://www.masterseo.id/media-sosial-di-indonesia.html>).

## **2.2 Komunikasi Politik**

Komunikasi politik adalah kegiatan komunikasi yang dianggap komunikasi politik berdasarkan konsekuensi-konsekuensinya (aktual maupun potensial) yang mengatur perbuatan manusia di dalam kondisi-kondisi konflik.. Komunikator politik bisa berupa negara, badan badan internasional dan mereka

yang mendapat tugas atas nama negara. Komunikator merupakan unsur yang berperan sangat penting dalam suatu kegiatan komunikasi politik.

Komunikator politik akan memberikan nuansa yang signifikan pada aktivitas komunikasi politik itu sendiri. Dalam komunikasi jenis ini, komunikator memiliki kekuasaan tertinggi dengan kendali untuk mengelola jalur transmisi informasi politik. Para komunikator politik ini pula lah yang memiliki kekuasaan dalam menentukan kebijakan nasional. Dengan kendali dan kekuasaan yang besar ini, maka komunikator politik harus memenuhi beberapa syarat, sebagai berikut:

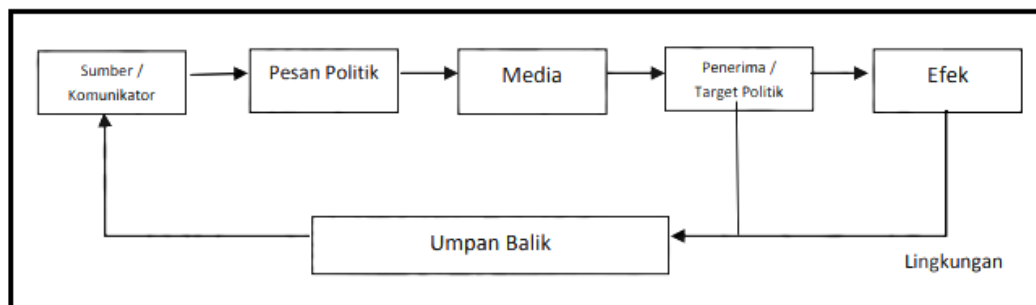
- a. Memiliki pengetahuan yang luas termasuk cakap dalam berbagai aspek dan masalah masalah dalam bernegara.
- b. Mempunyai komitmen moral yang tinggi terhadap suatu nilai yang dipegang.
- c. Memiliki orientasi pada kepentingan bangsa.
- d. Bersifat dewasa. Memiliki tingkat emotial intelligence yang baik.
- e. Tidak bersifat munafik.

Seorang komunikator politik yang juga memiliki kekuasaan atau berada di jajaran penguasa disebut dengan elit penguasa. Sementara para elit yang tidak memiliki kekuasaan struktural disebut dengan elit masyarakat. Elit masyarakat ini merupakan jumlah yang terbanyak sebagai komunikator politik. Elite masyarakat dapat berasal dari berbagai lembaga dan organisasi yang memiliki kaitan dengan berbagai macam aspek kehidupan manusia. (Nimmo, 2005:9)

## 2.3 Komponen Komunikasi Politik

Sebagaimana unsur unsur komunikasi pada umumnya, Komunikasi politik merupakan bagian dari *Body of Knowledge* yang terdiri dari berbagai unsur yaitu sumber komunikasi (komunikator), pesan, media atau saluran, penerima dan efek. Menurut Cangara (2009:31), unsur-unsur komunikasi politik adalah sebagai berikut:

Skema Politik David Easton



Sumber : (Cangara: 2009: 32)

### 2.3.1 Komunikator Politik

Adalah individu-individu yang berada dalam suatu institusi, asosiasi, partai politik, lembaga-lembaga pengelola media massa dan tokoh-tokoh masyarakat. Komunikator politik dapat pula berupa negara, badan-badan internasional dan mereka yang mendapat tugas atas nama negara. Komunikator politik merupakan bagian integral dalam berlangsungnya proses komunikasi (Cangara, 2009:32)

### 2.3.2 Pesan Politik

Merupakan pernyataan yang disampaikan baik secara tertulis maupun tidak tertulis, baik secara verbal maupun non verbal, tersembunyi maupun terang terangan, baik disadari maupun tidak disadari yang isinya mengandung bobot politik. Misalnya pidato politik, undang-undang kepartaian, undang-undang pemilu, pernyataan politik, artikel atau isi buku/brosur dan berita, surat kabar, radio, televisi, internet yang berisi ulasan politik dan pemerintahan, puisi politik, spanduk/baliho, iklan politik atau propaganda, perang urat saraf (*psywar*), warna logo, warna baju, warna bendera, bahasa tubuh (*body language*), dan semacamnya (Cangara: 2009:33).

### 2.3.3 Komunikan/Khalayak

adalah anggota masyarakat yang diharapkan dapat memberi dukungan dalam bentuk dukungan suara kepada partai atau kandidat dalam pemilihan umum. Mereka adalah semua kalangan masyarakat warga negara yang mempunyai hak pilih dan siswa warga negara yang akan menjadi calon pemilih dengan ketentuan cukup umur untuk ikut serta dalam pemilihan umum (Cangara, 2009:33).

### 2.3.4 Feedback

Terciptanya pemahaman terhadap sistem pemerintahan dan partai-partai politik, dimana nuasanya akan bermuara pada pemberian suara (vote) dalam pemilihan umum (Cangara, 2009:34)

## **2.4 Efek Komunikasi Politik di Media Sosial**

Sebagaimana kita ketahui, ada efek komunikasi politik yang sebenarnya berpengaruh dalam kehidupan bermasyarakat dan bersosial. Komunikasi politik merupakan hal yang mungkin akan menjadi sesuatu yang “tidak memberikan minat” bagi beberapa orang. Namun demikian, tetap saja komunikasi politik tersebut akan memiliki pengaruh tertentu. Dalam teori Dan Nimmo mengenai efek politik. Dan Nimmo (2001:30) memperkenalkan empat efek penting komunikasi:

### **2.4.1 Sosialisasi Politik**

Pada saat manusia dilahirkan, mereka akan menjadi seorang anak yang terbuka mengenai komunikasi yang berhubungan dengan politik menggunakan cara yang ada pada komunikasi interpersonal, organisasi dan komunikasi massa bukan dilahirkan dari kepercayaan yang telah dibawa, nilai, dan penghargaan politik. Komunikasi interpersonal memiliki cara tersendiri untuk membujuk anak dalam hal mengungkap identitas nasional dan partisan serta menilai tentang politik yang ada pada pemerintahan, dan figur autoritas. Komunikasi organisasi, yang menjadi contoh utama yaitu sekolah, dengan adanya sekolah maka otomatis akan menambahkan informasi faktual, kesadaran akan kewajiban sebagai warga negara sebagai individu bukan kolektif. Komunikasi massa, politik dijadikan sebagai berita oleh anak, dengan mendapat pengetahuan politik dan mengembangkan beberapa orientasi evaluatif serta mulai mengambil komponen afektif didalam dunia politik.

### **2.4.2 Partisipasi Politik**

Melalui sosialisasi politik, manusia mengembangkan kepercayaan, nilai dan pengharapan yang relevan dengan politik. Bagaimana seseorang berpartisipasi secara penuh dalam politik tergantung pada kuatnya sosialisasi politik yang ia dapatkan. Keterbukaan terhadap komunikasi politik dapat mempengaruhi orang agar secara aktif dapat terlibat dalam politik. Meski di samping itu, komunikasi politik bisa menekan partisipasi politik. Konsekuensi komunikasi politik bisa primer dan sekunder. Akibat primer bisa terjadi jika orang yang dipengaruhi itu telah melibatkan diri secara langsung ke dalam. Akibat sekunder bisa terjadi jika orang tidak terlibat secara langsung dalam komunikasi terpengaruh oleh perubahan pada orang yang terlibat (Nimmo, 2001:31)

### **2.4.3 Mempengaruhi Pemilu**

Propaganda, retorika, periklanan, promosi yang dilakukan oleh komunikator politik tak lain dan tidak bukan merupakan upaya komunikator politik untuk mendapatkan suara dalam sebuah pemilu. Melalui perspektif seorang komunikator politik, yang telah belajar mengidentifikasikan diri dengan lambang-lambang politik yang signifikan, akan mengklaim dirinya. Ia, sebagai individu, mengembangkan citra dirinya sebagai bagian dari representasi politik.

#### **2.4.4 Mempengaruhi Pejabat**

Komunikasi politik selalu mengenai komunikasi dua arah antara warga negara dan pejabat. Dalam setiap kajian komunikasi politik, terdapat diskusi mengenai keterkaitan opini public dan kebijakan pemerintah (Nimmo, 2001:32)

#### **2.5 Media Baru dan Pengaruhnya**

Keberadaan jaringan internet membuka keterbatasan khalayak kepada informasi. Dari jaringan internet ini bisa tercipta banyak macam media yang berbasis *online* untuk memenuhi kebutuhan komunikasi manusia. Munculnya media baru memberikan angin segar kepada manusia dalam hal komunikasi. Media baru memungkinkan manusia untuk mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru serta melibatkan ke dalam dunia demokratis dan pemberian kuasa yang lebih interaktif. Nasrullah (2015:152) mengatakan bahwa hubungan media baru dan khalayak yang saat ini sudah tidak hanya ditempatkan sebagai objek saja namun sudah dilibatkan dalam proses produksi dan juga penyebarannya yang disebut *audience participation*.

Tentu media baru ini sangat berbeda dengan media tradisional yang masih menggunakan cetak. Proses distribusi media baru akan jauh lebih cepat dibandingkan media tradisional serta membuka kesempatan partisipasi audiens secara langsung. Syaibani et.al (2011:4-5) menjelaskan beberapa pengaruh keberadaan new media dalam beberapa aspek, diantaranya:



### 2.5.1. Individu

Pengguna new media akan mendapatkan pengaruh besar jika menggunakannya dengan intensitas yang tinggi. Di satu sisi, pengguna bisa mengekspresikan segala idea tau gagasan melalui layanan-layanan yang dapat digunakan tanpa ada batasan. Namun disisi lain, seorang bisa menjadi individualis jika menggunakan internet dengan intensitas yang tinggi tanpa bersosialisasi di dunia nyata.

### 2.5.2 Ekonomi

New media menunjang perkembangan ekonomi melalui ecommerce atau komersial elektronik. New media sangat memungkinkan adanya ruang pemasaran dan marketing. Selain itu akses mendapatkan material atau bahan pun akan lebih luas dan mudah. Namun disisi lain internet juga dapat mengubah perilaku masyarakat.

### 2.5.3 Politik

Internet telah memunculkan istilah baru yakni electronic democracy. Internet merupakan komponen baru dalam sistim komunikasi politik. Website dapat digunakan untuk menyampaikan ide-ide dari para politikus, kepengurusan dan adanya ruang diskusi terbukadari bawah keatas dan sebaliknya dari atas ke bawah juga. Ruang diskusi inilah yang memberikan nilai demokratis dalam komunikasi politik.

### 2.5.4 Perubahan sosio-kultural

New media telah merubah banyak dari bentuk komunikasi yang dilakukan manusia selama ini. Perkembangan teknologi telah banyak mempengaruhi cara

masyarakat dalam berkomunikasi dan ini merupakan proses mutualisme yang menciptakan jaringan sosial. Perubahan pola komunikasi ini juga dapat mempengaruhi perubahan pada pola interaksi masyarakat yang beralih dari bentuk nyata menjadi maya (digital). Namun keberadaan media baru juga memberikan pengaruh terhadap beberapa hal negatif yang semakin mengkhawatirkan banyak orang seperti masalah pornografi, *cyber – crime*. Masalah lain yang menjadi perhatian adalah kredibilitas. Munculnya banyak blog atau open source seperti wikipedia menimbulkan pertanyaan mengenai kredibilitas dari informasi yang ditampilkan. Sebab setiap orang dapat menuliskan dan menyebarkan informasi di internet.

## **2.6 Konsep Media Sosial dan Instagram**

Keberadaan jaringan internet membuka keterbatasan khalayak kepada informasi. Dari jaringan internet ini bisa tercipta banyak macam media yang berbasis *online* untuk memenuhi kebutuhan komunikasi manusia. Munculnya media baru memberikan angin segar kepada manusia dalam hal komunikasi. Media baru memungkinkan manusia untuk mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru serta melibatkan ke dalam dunia demokratis dan pemberian kuasa yang lebih interaktif. Dalam bukunya yang berjudul Media Sosial, Nasrullah (2016:10) juga membahas tentang hubungan media baru dan khalayak yang saat ini sudah tidak hanya ditempatkan sebagai objek saja namun sudah dilibatkan dalam proses produksi dan juga penyebarannya yang disebut *audience participation*.

Nasrullah (2016) mengatakan bahwa media sosial bisa diartikan sebagai medium di internet yang memungkinkan penggunanya merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan –ikatan sosial secara virtual. Bisa dibahas bahwa media sosial sudah menjadi kebutuhan tiap masing masing manusia. Selain bisa untuk mempresentasikan diri secara virtual namun media sosial sudah bisa menBukan hanya sebagai representasi diri secara virtual namun media sosial juga menghancurkan keterbatasan komunikasi manusia sejak dulu, yaitu jarak dan waktu. Tidak salah jika ada ungkapan dunia dalam genggam tangan. Karena perkembangan teknologi komunikasi semakin merubah dunia, mendukung kemudahan komunikasi as real as possible dan merubah banyak aspek dalam kehidupan.

Ada beberapa karakteristik media sosial yang perlu diketahui. Nasrullah (2016:16) menjelaskan beberapa aspek tersebut, yang pertama adalah jaringan. Media sosial terbangun dari infrastruktur yang menghubungkan perangkat satu ke perangkat lainnya menggunakan jaringan internet. Yang kedua adalah informasi, tidak seperti media media lainnya di internet pengguna media sosial mengkreasikan informasi identitas diri melalui konten dan interaksinya di media sosial. Karakteristik selanjutnya yaitu arsip, dimana informasi yang sudah disimpan akan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun. Karakteristik lainnya yaitu interaksi dan simulasi sosial. Dalam kajian media, interaksi menjadi pembeda antara media baru dan media lama. Interaksi di media sosial akan membentuk jaringan –jaringan antar penggunanya. Dari situlah media sosial

membentuk masyarakat di dunia virtual. Layaknya masyarakat di suatu wilayah, masyarakat virtual juga memiliki etika dan aturan yang mengikat penggunanya. Aturan ini bisa dari perangkat teknologi atau dari penyedia layanan media sosial itu sendiri. Jaringan yang terbentuk dari interaksi –interaksi tersebut disebut oleh Nasrullah (2009) sebagai simulasi sosial.

Menurut Arsan Mailanto karakteristik media sosial yang tidak kalah pentingnya adalah User Generated Content (UGC) atau konten oleh pengguna. Yang dimaksud dalam UGC ini adalah media sosial sepenuhnya dimiliki oleh pengguna atau pemilik akun. Sehingga pemilik akun tersebut bisa menyimpan atau mengunggah segala bentuk informasi sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Selain itu UGC juga menjadi penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten tetapi juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lain.

Setelah membahas konsep media sosial secara umum penulis akan membahas konsep media sosial instagram yang menjadi fokus dalam penelitian ini. “Brand Development Lead Instagram APAC Paul Webster mengatakan Instagram merupakan kanvas kreativitas bagi komunitas mobile-first Indonesia yang muda dan antusias dimana orang datang ke Instagram Untuk terinspirasi secara visual” (<http://techno.okezone.com/read/2016/01/14/207/1288332/pengguna-instagram-di-indonesia-terbanyak-mencapai-89>).

Jika dilihat sejarahnya media sosial instagram awalnya memang lebih fokus kepada informasi berbentuk visual. Layanan yang disediakan awalnya

hanya berupa unggah foto dan video pendek berdurasi 15 detik saja. Namun konsep instagram semakin berubah dengan tuntutan kebutuhan eksistensi penggunanya. Dimulai dari ekspansi pengunggahan video pendek menjadi 60 detik sehingga memungkinkan penggunanya tidak hanya bereksplorasi dalam fotografi saja tetapi juga videografi. Lalu fitur –fitur interaksi lainnya ditambahkan seperti direct message, snapgram dan instastory, serta yang paling baru adalah insta live yang bisa menyiarkan secara langsung kondisi dan keberadaan tempat penggunanya berada. Instagram semakin melengkapi fitur barunya dengan beberapa fitur terapan dari media sosial lain seperti filter video khas snapchat, fitur snapgram atau instastory khas media sosial path dan masih banyak lagi. Hal tersebut membuat instagram menjadi primadona karena sudah memiliki banyak pengguna dan juga fitur dari berbagai media sosial lain sehingga untuk menikmati fitur –fitur tersebut tidak perlu menggunakan banyak media sosial. Dengan perkembangan fitur tersebut instagram semakin membantu penggunanya untuk membuat representasi diri senyata mungkin.

Instagram merupakan platform media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak tujuh di dunia. Selain sebagai jejaring sosial untuk berbagi foto, Instagram digunakan untuk memasarkan produk bisnis. Total pengguna Instagram di dunia mencapai angka 800 juta pada Januari 2018. Pengguna aktif Instagram terbesar berasal dari Amerika Serikat sebanyak 110 juta. Disusul Brasil dengan 57 juta pengguna aktif dan Indonesia berada di urutan ketiga dengan 53 juta. Selain fitur, didalam instagram juga terdapat banyak akun yang memiliki ciri khas dan fungsi tersendiri. Misalnya akun hate speech, berita, kuliner, travelling, religi,

komedi sampai politik pun ada didalam instagram. Banyaknya akun ini membuat instagram memiliki banyak fungsi. Salah satunya seperti akun politik yang didalamnya berisi informasi politik yang ada di Indonesia. (WeAreSocial.net dan Hootsuite)

Dengan maraknya penggunaan instagram, akun instagram @nurhadi\_aldo dapat memanfaatkannya dengan baik. Akun tersebut dapat kini mendapat 475 ribu pengikut terhitung sejak 24 Desember 2018 hingga 29 Desember 2019 yang rata rata setiap postingan mereka mendapat lebih dari 30 sampai 90 ribu likes dan mendapat komentar rata rata 1000 – 5000 komentar. Akun instagram nurhadi aldo dibuat sejak tanggal 24 Desember 2018, meskipun dalam waktu singkat akun tersebut saat ini memiliki jumlah followers 482,914 .Dengan postingan berisi tentang sindiran dan kritik sosial, akun nurhadi aldo mendapat respon positif masyarakat indonesia dengan engagement ratenya 9,71% dengan rata rata interaksi tiap postingan 45,264 likes dan 937 comment. ([https://phlanx.com/engagement-calculator?insta=nurhadi\\_aldo](https://phlanx.com/engagement-calculator?insta=nurhadi_aldo))



Gambar 2.1 Salah satu contoh postingan akun @nurhadi\_aldo

Sumber : Akun Instagram @nurhadi\_aldo

## 2.7 Pemilu Presiden

Dalam buku Media Komunikasi Politik, Dr Gun Gun Heryanto (2018:130) memaparkan pemilu idealnya adalah kegiatan sukarela, tanpa paksaan, dan cermin dari kekuasaan rakyat. Dalam praktiknya, tentu saja pemilu selalu membutuhkan partisipasi masyarakat untuk menjaga performa politik yang positif sekaligus menjadi momentum perbaikan berbagai persoalan warisan masa lalu, saat ini, dan potensi permasalahan yang akan datang. McClosky memaknai istilah partisipasi politik sebagai kegiatan-kegiatan sukarela dari warga masyarakat, dimana mereka mengambil bagian dalam proses pemilihan penguasa, dan secara langsung atau tidak langsung terlibat dalam proses pembentukan kebijakan umum.

Menurut Samuel P. Huntington dalam Gun Gun H. (2018) Partisipasi adalah kegiatan warga negara yang bertindak sebagai pribadi-pribadi, yang dimaksudkan untuk mempengaruhi pembuatan keputusan oleh pemerintah. Partisipasi bisa bersifat individual atau kolektif, terorganisasi atau spontan, mantap atau sporadis, secara damai atau dengan kekerasan, legal atau ilegal, efektif atau tidak efektif. Dalam kaitannya dengan regenerasi kepemimpinan nasional, tentu kita berharap partisipasi politik masyarakat yang terorganisasi, damai, legal, efektif. (Gun Gun Heryanto, 2018:128)

Pemilu merupakan aktivitas yang berhubungan dengan kekuasaan. Sebuah keniscayaan jika seluruh partai politik dan individu-individu yang menjadi kandidat memiliki kepentingan untuk menang. Mereka akan mengoptimalkan seluruh sumber daya politik, termasuk kekuatan para pendukungnya. Jika ada kesiapan untuk menang dalam sebuah rivalitas, seharusnya ada kesiapan untuk

kalah. Namun demikian, banyak kandidat yang ternyata tidak siap kalah sehingga tidak sadar memicu konflik pascapemilu. Misalnya seperti mengalirkan konflik melalui berbagai ikatan tradisional, sentimen etnis, budaya patriarki, ideologis agama, dan sejumlah faktor potensial lainnya (Gun Gun Heryanto, 2018:129)

Pemilu 2009, 2014, dan 2019 menggambarkan pada kita bahwa kelompok elite senantiasa menjadi kekuatan dominan dalam rangkaian proses pemilu, serta hanya sedikit memberi akses leluasa kepada publik untuk mendapatkan pemberdayaan politik (political empowerment) yang memadai. Pemilu, dengan segala hingar-bingarnya, seolah menjadi momentum milik para pemimpin partai, calon anggota legislatif (caleg), serta kandidat capres dan cawapres. Penetrasi elite dilakukan mulai dari berbagai varian media massa hingga lingkup keluarga, organisasi, dan kelompok masyarakat.

Akan tetapi, berbagai sentuhan politik yang dilakukan elite berjalan linear menuju pencapaian kepentingan mereka. Sehingga, pemilu sangat berpotensi besar menyebabkan terjadinya disonansi kognitif ketimbang menjadi momentum transformasional. Dalam pandangan Leon Festinger (dalam West & Turner), disonansi kognitif dipahami sebagai ketidakcocokan hubungan antarelemen kognisi. Pengetahuan, pendapat, keyakinan, atau apa yang dipercayai tentang dirinya sendiri dan lingkungannya merupakan bagian dari elemen-elemen pokok kognisi.

Dalam konteks pemilu, jika masyarakat memahami pemilu sebagai mekanisme demokrasi yang dapat membawa perubahan bangsa dan negara ke arah yang lebih baik, sementara dalam praktiknya hanya menjadi rebutan jabatan



antara elite partai politik, maka akan melahirkan hubungan disonan atau penyangkalan di tingkatan pemilih. Ini merupakan keadaan psikologis yang tidak menyenangkan yang timbul saat dalam diri pemilih terjadi konflik antara dua kognisi, yakni antara pengetahuan mengenai pentingnya menggunakan hak pilih sebagai wujud partisipasi politik dalam pemilu dan ketidakyakinan terhadap kualitas pelaksanaan pemilu itu sendiri.

Tensi politik dalam pemilu biasanya memanans seiring dengan munculnya rivalitas antara berbagai kekuatan politik yang bertarung. Dalam konteks inilah, politik kerap kali didefinisikan sebagai *who gets what and when*. Sebuah upaya untuk mencapai kekuasaan, yang sejatinya memang menarik minat banyak orang. Menurut Deliar Noer, politik merupakan aktivitas atau sikap yang berhubungan dengan kekuasaan yang bermaksud untuk memengaruhi dengan jalan mengubah atau mempertahankan suatu bentuk susunan masyarakat.

Hasil akhir pemilu selalu membuat resah masyarakat dikarenakan adanya ketidakwibawaan yang mengakibatkan muncul penentangan dari pihak yang kalah, selain itu pemilu biasanya tidak memiliki sistem perundingan yang baik. Konflik pemilu ini biasanya terjadi akibat beberapa faktor, yaitu tidak lolosnya partai politik calon peserta pemilu dikarenakan tidak memenuhi syarat yang ditentukan, tidak maksimalnya proses pendaftaran pemilih, akses masa kampanye, tahapan penetapan pemenang pemilu yang biasanya mengangkat isu penggelembungan suara. Semua faktor tersebut terungkap setelah banyaknya rentetan peristiwa yang terjadi pada pemilu-pemilu sebelumnya, seperti tahun 2014, Tim Prabowo menganggap bahwa muncul kecurangan dalam pemilu, sehingga penetapan oleh KPU digugatnya ke MK. Banyaknya rentetan konflik

membuat *political performance* semakin lemah terutama bila pihak bersangkutan tak mampu mengelola dengan baik.

Sebenarnya ada jawaban dari banyaknya keresahan yang terjadi dalam dunia politik, yaitu “Komunikasi Politik”. Karena pada dasarnya memang termasuk dalam mekanisme politik. Adanya perbedaan dalam aspirasi dan perbedaan politik seharusnya diselesaikan melalui kontestasi politik dengan mekanisme santun dan demokratis. Menurut Gun-Gun Heryanto (2018:147) dalam bukunya yang berjudul *Media Komunikasi Politik: Relasi Kuasa Media Di Panggung Politik* menjelaskan, Jika dilihat dari segi komunikasi politik, determinan konflik pemilu muncul karena beberapa faktor berikut:

1. Munculnya *communication gap* di antara elite partai dengan konstituen mereka.
2. Di level *information roles*, konflik bisa muncul karena ketidakpercayaan atas peran yang dimainkan oleh penyelenggara pemilu.
3. Tidak relevannya *equivocal communication*, yang dimaksud yaitu term ini memiliki pengertian pengemasan pesan yang sengaja dibuat tidak jelas, tidak langsung dan tidak lugas.
4. Munculnya *symbol pleonasm*. Pemilu, sekali lagi, merupakan mekanisme politik yang di dalamnya menjadi arena pertarungan berbagai kelompok yang memiliki kepentingan.
5. Konflik pemilu juga bisa muncul karena pengaruh terpaan media massa (*media exposure*). Media massa bisa secara sadar atau tidak sadar menstimulasi konflik.
6. Sifat agresi yang dominan dari elite politik.

Saling menjatuhkan sesama kandidat adalah hal yang sangat lumrah. Tetapi akan menjadi berlebihan jika sampai menjatuhkan dengan cara yang tidak baik, contohnya menjelek-jelekan dan propaganda politik yang sengaja menyerang kehormatan serta konsep diri yang dimiliki orang lain. Konflik akan selalu melekat dalam penyelenggaraan pemilu, maka dari itu, konflik tidak akan pernah selesai melainkan harus dikelola dengan baik sehingga tidak menjadi liar dan menghancurkan masa depan yang dicita-citakan dari hakikat pemilu itu sendiri. Terdapat solusi mengenai penanganan konflik supaya konflik pemilu ini tidak aktual dan meluas di masyarakat, sebagai berikut:

1. Harus ada mekanisme internal partai yang dapat menjamin demokratisasi internal berjalan dengan baik agar dapat mereduksi communication gap antara partai politik dengan konstituennya.
2. KPU harus tampil secara indepen, profesional, dan bermartabat. Peranan ini sangat penting dimiliki oleh KPU guna menghindari lemahnya kredibilitas KPU sebagai lembaga penyelenggara pemilu, hal ini dilakukan agar dapat mereduksi masalah *information roles*.
3. Menggunakan strategi *equivocal communications* (EC) secara tepat. Dikarenakan pemilu terkait dengan kinerja yang sangat teknis, maka jenis-jenis EC tidak tepat jika dilakukan dominan dalam prosesnya.
4. Dalam proses menghindari kemunculan fenomena pleonasme simbol atau terjadi kelemahan simbol-simbol otoritatif kenegaraan, maka sangat diperlukan upaya menunjukkan wibawa dari pemerintah, DPR, KPU, kepolisian, dll.

5. Media seharusnya memberikan kontribusi dalam menciptakan pemilu yang demokratis dengan mengusung jurnalisme damai.
6. Sebagai elite politik diharap harus mengontrol dengan menjaga diri untuk tidak berlebihan dalam melakukan penyerangan kepada kandidat lain.

Terpilihnya pemimpin yang transformasional adalah cita-cita yang sangat diharapkan oleh publik, sosok yang dapat menggerakkan harapan rakyat agar senantiasa melakukan perbaikan. Terdapat beberapa syarat pemimpin yang transformasional, yaitu:

1. Mempunyai kemampuan reflektivitas yang memadai
2. Harus mempunyai basis asketisme politik yang memadai
3. Memiliki sumber daya politik (*political resources*).

Dapat disimpulkan bahwa penyelenggaraan pemilu mempunyai posisi yang sangat strategis dalam proses demokrasi, selain itu berpotensi melahirkan sejumlah konflik. Karena jika tidak diantisipasi melalui pengelolaan yang baik juga tanpa regulasi yang cukup kuat, maka pemilu hanya menjadi pertarungan politik dan tidak mudah sukses dalam melahirkan pemimpin transformasional yang diinginkan. Selain itu, proses lahirnya pemimpin transformasional sangat tidak mudah

## **2.8. Definisi Operasional**

Definisi operasional merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur. Dengan melihat definisi operasional suatu penelitian, maka seseorang peneliti akan dapat mengetahui suatu variabel yang akan diteliti

### 2.8.1 Satire

Menurut Abrams (dalam Allen and Stephens, 1962: 43), satire adalah karya sastra yang subjeknya dibuat semakin melenceng dengan cara membuatnya konyol dan menjadi hiburan, penghinaan, atau cemoohan. Satire berbeda dari komedi yang tujuannya hanya membangkitkan tawa, sedangkan satire bertujuan untuk "mengejek": yaitu, menggunakan tawa sebagai senjata (Abrams dalam Allen and Stephens, 1962:43). Subjek yang dimaksud oleh Abrams adalah individu, kelas, lembaga, bangsa atau bahkan seluruh umat manusia yang menjadi sasaran dari satire itu sendiri. Contoh : peniruan (parodi) terhadap keadaan Imigran Turki yang berada di Jerman sebagai pekerja kasar, yang kemudian digambarkan oleh Sinasi Dikmen melalui para tokoh, latar, dan kejadian dalam karya satire nya yang berjudul "Hurra, ich lebe in Deutschland" sebagai kritikan dan gambaran permasalahan akibat dominasi antara masyarakat yang tidak mempunyai kekuasaan (Masyarakat Turki) dan masyarakat yang mempunyai kekuasaan (Masyarakat Jerman) , dengan menambah atau mengurangi peniruan tersebut dengan cara membuatnya konyol sehingga sebuah karya sastra tersebut mampu menimbulkan tawa para penikmatnya.

Satire lahir dari dorongan untuk protes terhadap suatu kelompok atau terhadap suatu keadaan, menyebarkan rasa malu dan meniupkan kejayaan atas rasa bersalah seseorang, kelompok, atau bahkan para pembaca (Abrams dalam Allen and Stephens, 1962: 8). Feinberg menambahkan bahwa satire tidak selalu memberikan solusi atau ajaran moral terhadap keadaan yang dikritiknya, namun satire hanyalah memberikan diagnosa, bukan untuk mengobati penyakitnya

(Feinberg, 1967: 20).. Abrams (dalam Allen and Stephens, 1962: 44) membagi satire menjadi 2 jenis :

2.8.1.1 Direct Satire : komentar terhadap seseorang atau sesuatu dengan cara mengungkapkan sindiran secara langsung.. Contoh konsep direct satire yaitu

2.8.1.1.1 Sarkasme adalah cibiran, ejekan atau cemoohan yang kasar dengan cara meremehkan seseorang atau sesuatu secara langsung.

2.8.1.2 Indirect Satire : komentar terhadap seseorang atau sesuatu dengan cara mengungkapkan sindiran secara tidak langsung. Indirect satire dikemas dalam bentuk plot, yang merangkai sebuah kejadian dalam suatu cerita menjadi sebuah karya sastra yang mengandung kritik terhadap individu, bangsa, maupun seluruh manusia. Selain itu, karakter pada setiap tokoh melalui ucapan dan tindakan atau gaya penulisan cerita dibuat terlihat konyol agar menimbulkan tawa, karena tawa itulah yang menjadi senjata dari satire untuk menyerang sasarannya. Contoh bentuk indirect satire yaitu

2.8.1.2.1 Humor adalah gejala atau rasa yang merangsang orang secara mental untuk tertawa, salah satu karakteristik humor adalah perasaan senang atau penderitaan orang lain yang mendapat simpati.

2.8.1.2.2 Parodi adalah bentuk karya atau kreativitas yang sering disebut “imitasi”, yakni meniru cara (bentuk dan gaya) atau subyek karya lain atau meniru suatu kejadian tertentu namun imitasi dibuat konyol sehingga membangkitkan sebuah tawa.

2.8.1.2.3 Ironi adalah sebuah perangkat retorik, teknik sastra, wacana, atau situasi dimana adanya ketidaksesuaian atau kejanggalan ungkapan atau kejadian yang menyiratkan makna bertentangan dengan makna secara harfiah.

## **2.8.2 Politik**

Menurut Aristoteles (1998), selama manusia menjadi makhluk sosial (zoon politikon), selama itu pula ditemukan politik. Ini berarti dalam kehidupan bersama, manusia memiliki hubungan yang khusus yang diwarnai oleh adanya aturan yang mengatur. Ada kekuasaan dan wewenang yang dipegang oleh segelintir orang yang sekaligus melahirkan aturan serta aturan mana yang perlu dipelihara dan tidak, kemudian menentukan apakah seseorang mengikuti aturan atau tidak, serta menentukan sanksi serta ganjaran bagi yang mengikuti dan melanggar aturan tersebut (Aristoteles, 1998:4)

Secara etimologis, politik berasal dari bahasa Yunani yaitu “polis” yang berarti kota. Orang yang mendiami polis disebut “polites” atau warga negara, sementara kata “politikos” berarti kewarganegaraan. Lalu muncul istilah “politike techne” yang berarti kemahiran politik. “Ars politica” yang berarti kemahiran

tentang soal kenegaraan. “Politike epitesme” berarti ilmu politik, istilah yang saat ini banyak digunakan (A.P. Cowie, 1990: 694)

Politik memiliki banyak definisi tergantung sudut pandang si pembuat definisi. Miriam Budiardjo (2008) mendefinisikan politik sebagai berbagai macam kegiatan yang terjadi di suatu negara, yang menyangkut proses menentukan tujuan dan bagaimana cara mencapai tujuan itu. Sementara itu, Hoogerwerf, mendefinisikan politik sebagai pertarungan kekuasaan. Hans Morgenthau juga mendefinisikan politik sebagai usaha mencari kekuasaan (struggle power). Sementara David Easton mengartikan politik sebagai semua aktivitas yang mempengaruhi kebijaksanaan dan cara bagaimana kebijaksanaan itu dilaksanakan.

Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan menurut Miriam Budiharjo dalam buku Dasar-Dasar Ilmu Politik politik memiliki beberapa konsep pokok. Beberapa konsep pokok politik tersebut adalah :

#### 2.8.2.1 Negara

Negara adalah suatu organisasi dalam suatu wilayah yang mempunyai kekuasaan tertinggi yang sah dan yang ditaati oleh rakyatnya. Menurut Thomas Aquinas: Negara merupakan lembaga social manusia yang paling tinggi dan luas yang berfungsi menjamin manusia memenuhi kebutuhan – kebutuhan fisiknya yang melampaui kemampuan lingkungan social lebih kecil seperti desa dan kota.



#### 2.8.2.2 Kekuasaan

Kekuasaan adalah kemampuan seseorang atau kelompok untuk mempengaruhi tingkah laku orang atau kelompok lain sesuai dengan keinginan dari pelaku.

#### 2.8.2.3 Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan adalah membuat pilihan diantara beberapa alternatif, sedangkan istilah pengambilan keputusan menunjukkan pada proses yang terjadi sampai keputusan itu tercapai. Pengambilan keputusan sebagai konsep pokok dari politik menyangkut keputusan-keputusan yang diambil secara kolektif dan yang mengikat seluruh masyarakat.

#### 2.8.2.4 Kebijakan

Kebijakan adalah suatu kumpulan keputusan yang diambil oleh seorang pelaku atau oleh kelompok politik dalam usaha memilih tujuan-tujuan dan cara-cara untuk mencapai tujuan itu. Pada prinsipnya pihak yang membuat kebijakan itu mempunyai kekuasaan untuk melaksanakannya.

#### 2.8.2.5 Pembagian

Yang dimaksud dengan pembagian ialah pembagian dan penjabatan dari nilai-nilai dalam masyarakat, misalnya bahasa, adat istiadat, dan norma norma yang ada dalam masyarakat.

## 2.9 Kategorisasi Satire Politik

Berdasarkan turunan dari definisi operasional diatas, dapat dijelaskan kategori - kategori satire politik sebagai berikut :

### 2.9.1 Sarkasme

#### 2.9.1.1 Negara

Kategori ini merupakan item postingan akun @nurhadi\_aldo berupa foto atau video atau audio dan kalimat yang mengandung tentang isu apapun yang bersinggungan tentang negara Indonesia dan masyarakatnya dikemas berbentuk sindiran kasar.

#### 2.9.1.2 Kekuasaan

Kategori ini merupakan item postingan akun @nurhadi\_aldo berupa foto atau video atau audio yang mencakup masalah tentang penggunaan kekuasaan dari kelompok tertentu untuk kepentingan individu dalam bentuk ejekan yang kasar.

#### 2.9.1.3 Pengambilan Keputusan

Kategori ini merupakan item postingan akun @nurhadi\_aldo berupa foto atau video atau audio yang mengambil sudut pandang permasalahan tentang keputusan pemerintah yang diambil secara berat sebelah dengan bentuk sindiran langsung.

#### 2.9.1.4 Kebijakan

Kategori ini merupakan item postingan akun @nurhadi\_aldo berupa foto atau video atau audio berupa ejekan kasar yang menguak isu tentang kebijakan.

#### 2.9.1.5 Pembagian

Kategori ini merupakan item postingan akun @nurhadi\_aldo berupa foto atau video atau audio dengan unsure sindiran dalam penggunaan nilai nilai dalam masyarakat.

### 2.9.2 Humor

#### 2.9.2.1 Negara

Kategori ini merupakan item postingan akun @nurhadi\_aldo berupa foto atau video atau audio dengan segala bentuk peristiwa yang berkaitan dengan Negara dan ditampilkan dalam representasi mengundang tawa saja.

#### 2.9.2.2 Kekuasaan

Kategori ini merupakan item postingan akun @nurhadi\_aldo berupa foto atau video atau audio yang membahas tentang gambaran sindiran berbentuk humor sebagai bentuk mengundang gelak tawa mengenai kekuasaan yang terjadi di Indonesia.

#### 2.9.2.3 Pengambilan Keputusan

Kategori ini merupakan item postingan akun @nurhadi\_aldo berupa foto atau video atau audio yang mengandung masalah proses pengambilan kebijakan pemerintah yang disindir berbentuk humor tanpa adanya unsur sindiran.

#### 2.9.2.4 Kebijakan

Semua item postingan akun @nurhadi\_aldo berupa foto atau video atau audio dan kalimat yang membahas kebijakan pemerintah mengenai politik yang dikemas berbentuk humor.

#### 2.9.2.5 Pembagian

Dalam kategori item postingan akun @nurhadi\_aldo berupa foto atau video atau audio dan kalimat dengan masalah norma, bahasa, dan yang membahas nilai dalam masyarakat yang dikemas dalam bentuk humor.

### 2.9.3 Parodi

#### 2.9.3.1 Negara

Yang dikategorikan disini adalah item postingan akun @nurhadi\_aldo berupa foto atau video atau audio dan kalimat dengan permasalahan tentang negara dan masyarakat yang dikemas berbentuk meniru 'imitasi' suatu tokoh atau suatu karakter.

#### 2.9.3.2 Kekuasaan

Merupakan item potingan akun @nurhadi\_aldo berupa foto atau video atau audio dan kalimat yang membahas tentang penggunaan kekuasaan seseorang atau oknum yang dikemas dengan berbentuk sindiran meniru suatu tokoh atau karakter.

#### 2.9.3.3 Pengambilan Keputusan

Yang dibahas adalah item postingan akun @nurhadi\_aldo berupa foto atau video atau audio dan kalimat yang meniru suatu tokoh atau karakter dengan tujuan menyindir dan didalamnya berisi tentang proses pengambilan kebijakan.

#### 2.9.3.4 Kebijakan

Merupakan item postingan akun @nurhadi\_aldo berupa foto atau video atau audio dan kalimat yang menginformasikan tentang sebuah hasil dari proses pengambilan keputusan yang dikemas dengan pesan sindiran meniru suatu karakter atau tokoh.

#### 2.9.3.5 Pembagian

Kategori ini adalah item postingan akun @nurhadi\_aldo berupa foto atau video atau audio dan kalimat dengan segala bentuk peristiwa yang mengenai nilai dalam tatanan masyarakat dalam kemasan meniru suatu karakter.

#### 2.9.4 Ironi

##### 2.9.4.1 Negara

Merupakan item postingan akun @nurhadi\_aldo berupa foto atau video atau audio dan kalimat yang berbentuk sindiran halus tentang negara dan masyarakat Indonesia.

##### 2.9.4.2 Kekuasaan

Merupakan item postingan akun @nurhadi\_aldo berupa foto atau video atau audio dan kalimat yang berbentuk sindiran halus tentang penggunaan kekuasaan oleh seseorang atau kelompok.

##### 2.9.4.3 Pengambilan Keputusan

Merupakan item postingan akun @nurhadi\_aldo berupa foto atau video atau audio dan kalimat yang berbentuk sindiran halus tentang proses pengambilan keputusan pemerintah dalam ajang pilpres 2019.

##### 2.9.4.4 Kebijakan

Merupakan item postingan akun @nurhadi\_aldo berupa foto atau video atau audio dan kalimat yang berbentuk sindiran halus tentang hasil dari kebijakan yang gagal atau merugikan masyarakat.

##### 2.9.4.5 Pembagian

Merupakan item postingan akun @nurhadi\_aldo berupa foto atau video atau audio dan kalimat yang berbentuk sindiran halus tentang nilai nilai dalam masyarakat seperti bahasa, norma, dan adat istiadat.